

**Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Brand Positioning* dan
Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan
Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa
Generali Indonesia**

TUGAS AKHIR

**Indriyanti
193402426060**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning dan Pemahaman
tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam
memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

Indriyanti

193402426060



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam proposal Tugas Akhir yang berjudul :

Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Brand Positioning* dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk IPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Agustus 2023



Indriyanti
(91507426060)

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi	Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia
Nama Mahasiswa	Indriyanti
Nomor Pokok	193402426060
Program Studi	Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


Dr. E. Hasanudin, S.E., M.M.

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.



UNIVERSITAS INTERNASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia


Nama Mahasiswa : Indriyanti

Nomor Pokok : 193402426060

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir


Dr. E. Hasanudin, S.E., M.M.

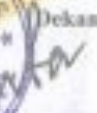
Ketua Penguji.


Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M.

Anggota/Penguji


Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Mengetahui,
Dekan,


R. Hidayat, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

ABSTRAK

Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Brand Positioning* dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia

Oleh:

Indriyanti

193402426060

Tugas akhir ini dibawah bimbingan Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.

Penelitian ini dilator belakangi dengan semakin banyaknya perusahaan asuransi yang mengembangkan produk asuransi sehingga makin banyaknya persaingan antara perusahaan asuransi. Sehingga masih masih perusahaan harus memiliki kekuatan pemasaran yang mudah dipahami dan diingat masyarakat luas sehingga menjadi nilai lebih dalam promosi yang kuat dalam persaingan tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah (1) Apakah kapabilitas pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah ? (2)Apakah brand positioning berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah ? (3)Apakah pemahaman nasabah terhadap asuransi syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah ?

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil (1) Kapabilitas pemasaran berpengaruh positif terhadap minat keputusan nasabah dalam memilih produk iPlan Syariah. (2) Brand positioning berpengaruh positif terhadap nasabah dalam memilih produk iPlan Syariah. (3) Pemahaman nasabah tentang asuransi syariah berpengaruh positif terhadap minat keputusan nasabah dalam memilih produk iPlan Syariah.

Kata Kunci : Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning, Pemahaman, Asuransi Syariah

ABSTRACT

The Influence of Marketing Capability, Brand Positioning and Understanding of Sharia Insurance on Customer Decisions in Choosing Sharia iPlan Products PT. Generali Life Insurance Indonesia

By:

Indriyanti

193402426060

This final project under the guidance of Dr.E. Hasanudin, S.E., M.M.

This research is motivated by the increasing number of insurance companies that develop insurance products so that there is more competition between insurance companies. So that the company still has to have marketing power that is easy to understand and remember by the wider community so that it becomes more value in strong promotion in the competition.

In this study there are formulations of problems (1) Does marketing capability have a positive effect on customer decisions? (2) Does brand positioning have a positive effect on customer decisions? (3) Does the customer's understanding of sharia insurance have a positive effect on customer decisions?

In this study, the results show (1) Marketing capability has a positive effect on customer decision interest in choosing Islamic iPlan products. (2) Brand positioning has a positive effect on customers in choosing Islamic iPlan products. (3) Customer understanding of sharia insurance has a positive effect on customer decision interest in choosing Islamic iPlan products.

Keywords: Marketing Capability, Brand Positioning, Understanding, Sharia Insurance

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

- 1 Nama : Indriyanti
- 2 Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 20 Februari 1993
- 3 Jenis Kelamin : Perempuan
- 4 Alamat : Jl. Raya Ceger Gg Rambutan No.75
Cipayung, Jakarta Timur
- 5 No. Handphone : 085692259520
- 6 Status : Belum Kawin
- 7 Agama : Islam
- 8 Kewarganegaraan : WNI
- 9 Email : indri8yanti@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- 1 1997 - 1998 : TK Dinamika, Jakarta
- 2 1998 -2004 : SDN 04, Jakarta
- 3 2004 - 2007 : SMPN 272, Jakarta
- 4 2007 - 2010 : SMA Uswatun Hasannah, Jakarta
- 5 2010 - 2013 : Universitas Negri Jakarta
(D3 Usaha Jasa Pariwisata)
- 6 2019 – 2022 : Universitas Nasional Jakarta
(S1 Manajemen)


Jakarta, 22 Agustus 2022

Indriyanti

193402426060

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb,



Segala syukur kepada Allah SWT, oleh karena anugerahnya yang melimpah dan besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Brand Positioning dan Pemahaman tentang Asuransi Syariah Terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk iPlan Syariah PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia”** disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Nasional.

Proses penyusunan skripsi ini disesuaikan dengan teori, peraturan, tinjauan pustaka, serta survei secara langsung dan penerapannya dilakukan dengan menelaah peraturan yang ditentukan serta data yang tersedia dilapangan. Tidak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk memberikan arahan, berbagi ilmu, petunjuk, dan bimbingan secara tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
6. Orang tua papa dan mama Suristin, kakak Ira Susi Susanti, para keponakan Shayla Queency Tutuarima, Alfarezel Reifansyah Tutuarima, dan Lafanya Shahiya Tutuarima telah memberi dukungan dan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Pasangan penulis yang telah mendukung penuh dan selalu memberikan semangat yaitu Dama Huri.

8. Tidak lupa juga terimakasih atas dukungan yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar, sahabat dan teman teman yang tidak bisa

disebutkan satu per satu.

Dengan penuh kesadaran diri dan segala kerendahan hati, penulis menyadari skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan penulisan maupun materi yang disajikan. Maka penulis berharap akan ada tindak lanjut berupa saran dan kritik yang membangun setelah penyusunan skripsi ini agar dapat bermanfaat untuk kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb .



Jakarta, 22 Agustus 2022

Indriyanti

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian, Fungsi, dan Tujuan Sumber Daya Manusia	6
B. Pengertian, Faktor-Faktor, dan Indikator Kinerja Karyawan	9
C. Pengertian, Fungsi, Jenis-Jenis dan Karakteristik Budaya Organisasi	12
D. Pengertian, Jenis-Jenis, Fungsi, dan Indikator Lingkungan Kerja	14
E. Pengertian, Jenis-Jenis, Faktor-Faktor dan Karakteristik Perkembangan Teknologi	17
F. Keterkaitan antar Variabel	20
G. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	21

H. Kerangka Analisis	22
I. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian	24
B. Data Penelitian	24
C. Metode Pengumpulan data	26
D. Definisi Operasional	27
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil penelitian	32
1. Deskriptif objek penelitian	32
2. Karakteristik Responden	34
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	39
4. Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
5. Uji Asumsi Klasik	48
6. Analisis Regresi Linear Berganda	53
7. Uji Kelayakan Mode	55
B. Pembahasan	59
1. Pengaruh Budaya Organisasi (X1) Terhadap Kinerja Karyawan	59
2. Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik (X2) Terhadap Kinerja Karyawan.....	60
3. Pengaruh Perkembangan Teknologi (X3) Terhadap kinerja karyawan	61
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67